Research Paper | Education | E-ISSN No : 2454-9916 | Volume : 11 | Issue : 2 | February 2025

महाकुंभ मेला और मीडियाः सांस्कृतिक पहचान के निर्माण में एक प्रभावशाली भूमिका

सचित्र मिश्रा

शोध छात्र, पत्रकारिता एवं जन संचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय

ABSTRACT

महाकुंभ मेला विश्व का सबसे बड़ा धार्मिक आयोजन है जो परंपरा और आधुनिकता के संगम का प्रतीक है। यह केवल आध्यात्मिक आस्था और सांस्कृतिक धरोहर के संरक्षण तक ही सीमित नहीं है बल्कि समाज, राजनीति और अर्थव्यवस्था के व्यापक परिप्रेक्ष्य को भी दर्शाता है। इस संदर्भ में मीडिया की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाती है क्योंकि यह महाकुंभ से जुड़ी सार्वजनिक धारणाओं और सांस्कृतिक आख्यानों के निर्माण और प्रसार में सक्रिय भागीदारी निभाता है। मीडिया द्वारा महाकुंभ मेले का चित्रण केवल इसकी वृहदता और भव्यता को उजागर करने तक सीमित नहीं रहता बल्कि यह भारत की सांस्कृतिक पहचान को एक नई दिशा देने और उसे वैश्विक मंच पर स्थापित करने में भी सहायक सिद्ध होता है। मीडिया महाकुंभ को धार्मिक परंपराओं और आधुनिक सामाजिक–राजनीतिक प्रवृत्तियों के मध्य एक संवाद–स्थल के रूप में प्रस्तुत करता है। इसके माध्यम से महाकुंभ न केवल पौराणिक और ऐतिहासिक महत्व रखने वाला एक धार्मिक आयोजन बनता है बल्कि यह एक समकालीन सांस्कृतिक और आर्थिक परिघटना के रूप में भी उभरता है। मीडिया अपने विभिन्न रूपों यथा–प्रिंट, टेलीविजन, रेडियो, डिजिटल प्लेटफॉर्म और वैश्विक समाचार एजेंसियों के माध्यम से महाकुंभ को व्यापक स्तर पर प्रस्तुत करने में सहायक सिद्ध होता है जिससे इसकी प्रभावशीलता और सांस्कृतिक महत्ता और अधिक बढ़ जाती है। यह शोध पत्र मीडिया द्वारा महाकुंभ मेले की कवरेज और भारत की सांस्कृतिक पहचान के निर्माण एवं सुदृढ़ीकरण में इसकी भूमिका का विश्लेषण करता है। इसमें महाकुंभ के ऐतिहासिक विकास, सांस्कृतिक पर्यटन, राजनीतिक आख्यानों और अंतर्राष्ट्रीय दृष्टिकोणों पर मीडिया के प्रभाव की विस्तृत चर्चा की गई है। यह अध्ययन द्वितीयक स्रोतों, अभिलेखों और महाकुंभ में भाग लेने वाले व्यक्तियों से प्रत्यक्ष बातचीत के अनुभवों के आधार पर किया गया है। इस शोध पत्र के माध्यम से यह स्पष्ट करने का प्रयास किया गया है कि मीडिया किस प्रकार महाकुंभ मेले को भारत की सांस्कृतिक पहचान के एक गतिशील प्रतीक के रूप में प्रस्तुत करता है।

KEYWORDS: महाकुंभ, हिन्दू, धर्म, मीडिया, सांस्कृतिक पहचान, कूटनीति, आस्था, भारत

प्रस्तावना

मीडिया एक प्रभावशाली उपकरण के रूप में समाज को निरंतर प्रभावित करता आया है। महाकुंभ मेले के संदर्भ में इसकी भूमिका विशेष रूप से महत्वपूर्ण हो जाती है क्योंकि यह मेले को दो प्रमुख दृष्टिकोणों से प्रस्तुत करता है। पहला दृष्टिकोण इसे हिंदू परंपरा में निहित एक प्रतिष्ठित धार्मिक आयोजन के रूप में देखता है जिसमें मीडिया महाकुंभ के पौराणिक और ऐतिहासिक महत्व को रेखांकित करता है। यह आयोजन हिंदू धर्मग्रंथों, सदियों पुराने रीति–रिवाजों और आध्यात्मिक अनुष्ठानों से गहरे रूप से जुड़ा हुआ है और मीडिया इसके धार्मिक और सांस्कृतिक महत्व को सुदृढ़ करने में सहायक बनता है। दूसरा दृष्टिकोण इसे एक व्यापक सामाजिक–आर्थिक और सांस्कृतिक उत्सव के रूप में प्रस्तुत करता है जो समकालीन सामाजिक–राजनीतिक और वैश्विक संदर्भों में अपनी प्रासंगिकता बनाए रखता है। मीडिया इस मेले को राजनीतिक विमर्श, वाणिज्यिक ब्रांडिंग और डिजिटल युग की संचार प्रणालियों के साथ जोड़ते हुए इसे आधुनिक समाज के परिप्रेक्ष्य में भी प्रासंगिक बना देता है। मीडिया के इन पारंपरिक और समकालीन आख्यानों के संयोजन से महाकुंभ मेला न केवल भारत में बल्कि वैश्विक स्तर पर भी आकर्षण का केंद्र बन जाता है जिससे भारत की सांस्कृतिक पहचान और अधिक सशक्त होती है। इसके अतिरिक्त, मीडिया केवल घटनाओं के दस्तावेजीकरण तक सीमित नहीं रहता, बल्कि यह सांस्कृतिक पहचान के निर्माण और विकास में भी सक्रिय भूमिका निभाता है। सांस्कृतिक राष्ट्रवाद के संदर्भ में मीडिया महाकुंभ मेले को भारत की समृद्ध विरासत और एकता के प्रतीक के रूप में प्रस्तुत करता है। हालांकि, इस सांस्कृतिक समेकन की प्रक्रिया में विभिन्न परंपराओं के एकरूपीकरण और रूढ़िवादी प्रतिनिधित्व को बढ़ावा देने का जोखिम भी निहित है। मीडिया, महाकुंभ को एक राष्ट्रीय आयोजन के रूप में चित्रित कर सांस्कृतिक नागरिकता की भावना को सुदृढ़ करता है लेकिन कभी–कभी यह गलत धारणाओं और अशुद्धियों को भी जन्म दे सकता है जो धीरे–धीरे परंपरा के रूप में स्वीकृत हो जाती हैं।

समग्र रूप से देखा जाए तो महाकुंभ मेले का मीडिया चित्रण भारत की सांस्कृतिक पहचान का एक सूक्ष्म रूप प्रस्तुत करता है जो इसकी ऐतिहासिक निरंतरता और वैश्विक संदर्भ में इसके बदलते स्वरूप को प्रतिबिंबित करता है। प्रिंट, टेलीविज़न, रेडियो और विभिन्न डिजिटल मीडिया उपकरणों विशेषकर सोशल मीडिया के माध्यम से जनमानस की धारणाओं को आकार देकर मीडिया न केवल महाकुंभ के धार्मिक और सांस्कृतिक सार को संरक्षित करता है बल्कि इसे आधुनिक सामाजिक–राजनीतिक संदर्भों के अनुरूप पुनः परिभाषित भी करता है। इस तरह मीडिया विकसित भारत की संकल्पना को साकार करने

में सहायक सिद्ध होते हुए भारत की सांस्कृतिक पहचान की गतिशील प्रकृति को दर्शाता है और महाकुंभ मेले को एक आध्यात्मिक केंद्रबिंदु के साथ–साथ राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय महत्व की सांस्कृतिक घटना के रूप में स्थापित करता है।

साहित्यिक पुनर्विलोकनः

महाकुंभ मेला और मीडिया के संबंध में विभिन्न विद्वानों और शोधकर्ताओं ने अध्ययन किया है जिसमें यह स्पष्ट होता है कि मीडिया केवल एक सूचना–संचार माध्यम नहीं है बल्कि यह सांस्कृतिक पहचान के निर्माण और परिवर्तन में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। महाकुंभ मेले की ऐतिहासिक, धार्मिक और सामाजिक परंपराओं को समझने के लिए कई शोध कार्य उपलब्ध हैं जो इसकी धार्मिक महत्ता, सांस्कृतिक प्रभाव और वैश्विक स्तर पर इसकी प्रस्तुति पर प्रकाश डालते हैं।

महाकुंभ मेलाः ऐतिहासिक और धार्मिक परिप्रेक्ष्य

महाकुंभ मेले का उल्लेख प्राचीन हिंदू ग्रंथों में मिलता है जहाँ इसे आध्यात्मिक शुद्धि और मोक्ष प्राप्ति का एक महत्वपूर्ण अवसर बताया गया है। इसकी धार्मिक मान्यता हिंदू पौराणिक कथाओं से जुड़ी हुई है। स्कंद पुराण, पद्म पुराण और महाभारत में इस आयोजन की विस्तृत व्याख्या की गई है जिसमें इसे देवताओं और असुरों के बीच समुद्र मंथन से उत्पन्न अमृत की प्राप्ति से संबंधित एक पौराणिक प्रसंग के रूप में वर्णित किया गया है। यह मेला चार प्रमुख स्थानोंदृ हरिद्वार, प्रयागराज, उज्जैन और नासिक में आयोजित किया जाता है। ऐसी मान्यता है कि, अमृत की बूँदें इन चार स्थानों पर गिरी थीं इसलिए यहाँ स्नान करने से पुण्य की प्राप्ति होती है। कुंभ का आयोजन प्रत्येक १२ वर्ष में एक बार होता है जबकि अर्धकुंभ प्रत्येक ६ वर्ष में और प्रत्येक १४४ वर्षों में एक बार महाकुंभ का विशेष आयोजन किया जाता है। इस बार यह आयोजन तीर्थराज प्रयाग में हुआ। इतिहास में कई जगह महाकुंभ मेले का उल्लेख मिलता है। चीन के प्रसिद्ध यात्री ह्वेनसांग ने भी अपने यात्रा विवरण में प्रयागराज में आयोजित एक विशाल धार्मिक मेले का उल्लेख किया है। हालांकि प्रो डी. पी. दूबे इस विषय पर गहनता से शोध करने की आवश्यकता पर बल देते हैं।

मीडिया द्वारा धार्मिक आयोजनों का चित्रण

मीडिया धार्मिक आयोजनों के चित्रण में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हुए समाज के धार्मिक और सांस्कृतिक मूल्यों को प्रतिबिंबित करता है। यह अध्ययन साहित्यिक दृष्टिकोण से मीडिया में धार्मिक आयोजनों के चित्रण की प्रवृत्तियों, प्रभावों और चुनौतियों का पुनर्विलोकन करता है। मीडिया महाकुंभ मेले की आध्यात्मिकता, सांस्कृतिक एकता और सामाजिक गतिशीलता को उजागर करने में सहायक रहा है। टेलीविजन चैनल, समाचार पत्र, रेडियो और डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म इस मेले को धार्मिक पर्यटन, सांस्कृतिक कूटनीति और वैश्विक ध्यानाकर्षण के संदर्भ में प्रस्तुत करते हैं। मैक्लुहान ने अपने संचार सिद्धांत में उल्लेख किया कि "माध्यम ही संदेश है" अर्थात मीडिया किसी भी संदेश को नया अर्थ प्रदान कर सकता है। धार्मिक आयोजनों का मीडिया में प्रसारण धार्मिक मूल्यों की पुनर्व्याख्या करता है और उन्हें सामाजिक तथा सांस्कृतिक परिप्रेक्ष्य में स्थापित करता है। विभिन्न अध्ययनों ने यह दर्शाया है कि, मीडिया धार्मिक आयोजनों को केवल आध्यात्मिक अनुष्ठानों के रूप में नहीं बल्कि व्यापक सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भों में प्रस्तुत करता है। पियरे बोरदिओ के सांस्कृतिक पूंजी सिद्धांत के अनुसार, मीडिया धार्मिक आयोजनों को व्यावसायिक उत्पाद में परिवर्तित कर सकता है जिससे धार्मिक मूल्यों का बाज़ारीकरण होता है। यह विशेष रूप से पर्यटन, विज्ञापन और सांस्कृतिक ब्रांडिंग के संदर्भ में देखा जाता है जहाँ धार्मिक आयोजन न केवल आध्यात्मिक साधना का केंद्र होते हैं बल्कि आर्थिक गतिविधियों का भी प्रमुख हिस्सा बन जाते हैं। मीडिया धार्मिक आयोजनों के चित्रण में सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक प्रभावों को उजागर करने का एक सशक्त माध्यम है। यह धार्मिक आयोजनों को न केवल स्थानीय और राष्ट्रीय स्तर पर बल्कि वैश्विक संदर्भ में भी प्रासंगिक बनाता है। हालाँकि, मीडिया की भूमिका केवल प्रसारण तक सीमित नहीं होनी चाहिए बल्कि उसे संतुलित, सटीक और संवेदनशील रिपोर्टिंग के माध्यम से धार्मिक और सांस्कृतिक मूल्यों को संरक्षित करने का दायित्व भी निभाना चाहिए।

मीडिया का सांस्कृतिक पहचान के निर्माण में योगदान

पूर्व में किए गए शोध यह बताते हैं कि, मीडिया न केवल घटनाओं का दस्तावेजीकरण करता है बल्कि यह सांस्कृतिक आख्यानों के निर्माण और प्रसार में भी सक्रिय भूमिका निभाता है। बेनेडिक्ट एंडरसन का "कल्पित समुदायः राष्ट्रवाद की उत्पत्ति और प्रसार पर विचार" एक मौलिक कार्य है जिसने राष्ट्रों को "कल्पित राजनीतिक समुदायों" के रूप में परिभाषित करके राष्ट्रवाद की समझ को गहराई से प्रभावित किया है। एंडरसन का तर्क है कि, राष्ट्रों का निर्माण सामाजिक रूप से साझा अनुभवों और प्रतीकों जैसे कि, भाषा और मीडिया आदि के माध्यम से होता है। यह लोगों के बीच भी अपनेपन की भावना को बढ़ावा देते हैं जो कभी एक–दूसरे से नहीं मिलेंगे। कल्पित समुदायों की यह अवधारणा केवल राष्ट्रों के आविष्कार के बारे में नहीं है बल्कि सामाजिक–ऐतिहासिक और सांस्कृतिक प्रथाओं को दर्शाती है जो सामाजिक वास्तविकताओं को आकार देती हैं। महाकुंभ मेले का मीडिया चित्रण इसे एक राष्ट्रीय और वैश्विक सांस्कृतिक घटना के रूप में स्थापित करता है जिससे भारत की सांस्कृतिक पहचान और विरासत को वैश्विक मंच पर मजबूती मिलती है। इसके अतिरिक्त, डिजिटल मीडिया विशेष रूप से सोशल मीडिया प्लेटफार्मों ने महाकुंभ की लोकप्रियता और इसकी वैश्विक पहुँच को और अधिक बढ़ा दिया है।

सांस्कृतिक राष्ट्रवाद और मीडिया

मीडिया महाकुंभ को भारत की सांस्कृतिक विविधता और एकता के प्रतीक के रूप में प्रस्तुत करता है जिससे यह सांस्कृतिक राष्ट्रवाद से भी जुड़ जाता है। सांस्कृतिक राष्ट्रवाद एक ऐसी विचारधारा है जो राष्ट्र की पहचान को सांस्कृतिक परंपराओं, ऐतिहासिक गौरव, भाषा और धार्मिक मूल्यों से जोड़ती है। यह राजनीतिक राष्ट्रवाद से भिन्न होते हुए भी उसके साथ घनिष्ठ रूप से जुड़ा हुआ है। आधुनिक संचार माध्यम, विशेष रूप से समाचार पत्र, टेलीविजन और सोशल मीडिया इस विचारधारा के प्रचार और प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। एरिक हॉब्सबॉम और टेरेन्स रेंजर ने यह तर्क दिया कि परंपराएँ राष्ट्रवाद के निर्माण की प्रक्रियाओं में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। भारत में, सांस्कृतिक राष्ट्रवाद की अवधारणा अक्सर

प्राचीन गौरव और धार्मिक पहचान के साथ जुड़ी रही है जिसे विभिन्न राजनीतिक और सामाजिक शक्तियाँ मीडिया के माध्यम से आगे बढ़ाती रही हैं। रामचंद्र गुहा के अनुसार, भारतीय राष्ट्रवाद हमेशा विविधताओं से भरा रहा है और मीडिया ने इसे आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। परंतु, आधुनिक समय में सांस्कृतिक राष्ट्रवाद का एक नया रूप उभरकर आया है जिसमें पारंपरिक मूल्यों पर जोर दिया जा रहा है। आशीष नंदी ने उपनिवेशवाद और भारतीय सांस्कृतिक पहचान के बीच जटिल संबंधों की व्याख्या करते हुए कहा है कि, औपनिवेशिक प्रभाव के कारण भारत में सांस्कृतिक राष्ट्रवाद का एक नया स्वरूप विकसित हुआ जो आधुनिक मीडिया के माध्यम से और अधिक सशक्त हुआ। भारतीय राष्ट्रवाद पश्चिमी मॉडल से भिन्न है और यह मुख्य रूप से सांस्कृतिक परंपराओं के पुनर्निर्माण पर आधारित है। मीडिया, विशेष रूप से टेलीविजन और डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म इस प्रक्रिया को तेज़ी से आगे बढ़ा रहे हैं जिससे सांस्कृतिक राष्ट्रवाद को एक नया आयाम मिल रहा है। सांस्कृतिक राष्ट्रवाद और मीडिया के बीच एक गहरा संबंध है। मीडिया ने राष्ट्रवादी विचारधारा के प्रसार को तेज़ कर दिया है जिससे यह एक शक्तिशाली सामाजिक और राजनीतिक उपकरण बन गया है। भारत में यह राष्ट्रवाद विशेष रूप से धार्मिक और सांस्कृतिक प्रतीकों पर केंद्रित होता जा रहा है, जिसे आधुनिक मीडिया नई ऊँचाइयों तक पहुँचा रहा है। हालांकि, कुछ अध्ययन यह भी इंगित करते हैं कि, मीडिया कभी–कभी सांस्कृतिक समेकन के नाम पर विविधता को एकरूप करने और रूढ़िवादी छवियों को प्रोत्साहित करने का कार्य भी कर सकता है। यह प्रक्रिया महाकुंभ मेले को एक विशिष्ट धार्मिक और सांस्कृतिक पहचान के साथ जोड़कर इसे एक सार्वभौमिक भारतीय परंपरा के रूप में प्रस्तुत करती है जिससे इसकी विविधता को आंशिक रूप से संकुचित किया जा सकता है।

वैश्वीकरण और डिजिटल युग में महाकुंभ का प्रचार

डिजिटल मीडिया और वैश्वीकरण ने महाकुंभ मेले को मात्र एक धार्मिक आयोजन से आगे बढ़ाकर एक अंतरराष्ट्रीय सांस्कृतिक उत्सव के रूप में स्थापित किया है। विभिन्न डिजिटल प्लेटफॉर्म, सोशल मीडिया, ब्लॉग और वृत्तचित्रों के माध्यम से इस मेले का वैश्विक स्तर पर व्यापक प्रचार हुआ है जिससे विदेशी पर्यटकों और शोधकर्ताओं की इसमें रुचि बढ़ी है। यह प्रक्रिया महाकुंभ को न केवल धार्मिक महत्व प्रदान करती है बल्कि इसे सांस्कृतिक पर्यटन और वैश्विक सांस्कृतिक विनिमय के केंद्र में भी स्थापित करती है। महाकुंभ के आयोजन ने भारत में ही नहीं बल्कि वैश्विक स्तर पर भी महत्वपूर्ण ध्यान आकर्षित किया है। विदेशी मीडिया ने इस भव्य आयोजन को व्यापक रूप से कवर किया और इसकी प्रशंसा की। 'वॉल स्ट्रीट जर्नल' ने उल्लेख किया कि, यह एक ऐसा आयोजन है जिसमें अमेरिका की कुल आबादी से भी अधिक लोग शामिल होते हैं। 'बीबीसी' ने इसे "मानवता का सबसे बड़ा समागम" करार दिया। पाकिस्तान के अंग्रेजी अखबार 'द एक्सप्रेस ट्रिब्यून' ने महाकुंभ को दुनिया का सबसे बड़ा धार्मिक जमावड़ा बताया जिसमें करोड़ों भक्त उत्तर प्रदेश के प्रयागराज में गंगा के तट पर डुबकी लगाने पहुँचे। इस अखबार ने महाकुंभ को हिंदू एकता का प्रतीक भी माना। अमेरिकी समाचार नेटवर्क 'सीएनएन' ने अपनी रिपोर्ट में बताया कि, महाकुंभ मेले में इतिहास का सबसे बड़ा जनसमूह इकट्ठा होगा। संयुक्त अरब अमीरात के 'खलीज टाइम्स' ने भी महाकुंभ में उमड़ी भीड़ और श्रद्धालुओं के उत्साह को प्रमुखता से प्रकाशित किया। इन सकारात्मक वैश्विक प्रतिक्रियाओं से स्पष्ट होता है कि, महाकुंभ न केवल धार्मिक बल्कि सांस्कृतिक और सामाजिक दृष्टि से भी एक महत्वपूर्ण वैश्विक आयोजन बन चुका है। यह मेला न केवल आध्यात्मिकता और परंपरा का प्रतीक है बल्कि विश्व स्तर पर मानवीय एकता और सांस्कृतिक मेलजोल का अद्वितीय उदाहरण भी प्रस्तुत करता है।

महाकुंभः आस्था और विश्वास

हिंदू तीर्थयात्राओं की जड़ें वैदिक काल से चली आ रही हैं और ये मनुष्य व परमात्मा के बीच एक आध्यात्मिक सेतु के रूप में कार्य करती हैं। हिंदू साहित्य में तीर्थयात्राओं को आत्मिक शांति, उपचार और सांसारिक परेशानियों से मुक्ति का साधन माना गया है। तीर्थयात्रा का अंतिम उद्देश्य केवल पवित्र स्थलों की यात्रा करना नहीं बल्कि अनुष्ठानों और जागृत विवेक के माध्यम से दिव्य शक्ति से जुड़ना है। महाकुंभ के दौरान वहाँ उपस्थित ज्यादातर श्रद्धालुओं ने अपने अनुभवों को साझा करते हुए कहा कि, जीवनकाल में एक बार कुम्भ का स्नान कर लेना जीते जी मोक्ष प्राप्त कर लेने जैसा है। इस तरह की आस्था और विश्वास को लेकर वे संगम स्नान करने आते हैं। इस तरह की आस्था और विश्वास तीर्थयात्रियों के अनुभवों को शक्ति, वैधता और पारस्परिकता के एक अंतर्संबंधित नेटवर्क के रूप में देखता है जो धार्मिक प्रेरणा और सांस्कृतिक निरंतरता द्वारा आकार लिए जाते हैं। महाकुंभ मेला भारतीय सांस्कृतिक चेतना, आस्था और विश्वास का एक अद्वितीय प्रतीक है जिसका उल्लेख प्राचीन धार्मिक ग्रंथों, मध्यकालीन साहित्य, आधुनिक हिंदी साहित्य और पाश्चात्य लेखकों की कृतियों में मिलता है। यह आयोजन केवल स्नान और पूजा तक सीमित नहीं बल्कि संतों, विचारकों और श्रद्धालुओं के विचारों के आदान–प्रदान का एक मंच भी है। महाकुंभ की यह अनवरत यात्रा साहित्य में भी गहरे रूप से समाहित है जो धार्मिक ग्रंथों से लेकर आधुनिक साहित्य और मीडिया तक भारतीय समाज की आध्यात्मिकता, सामाजिक समरसता और सांस्कृतिक एकता को दर्शाती है जिससे इसकी प्रासंगिकता युगों–युगों तक बनी रहेगी।

महाकुंभ २०२५ से संबंधित कुछ तथ्य

तीर्थराज प्रयाग में १३ जनवरी से ४५ दिनों तक चलने वाले महाकुंभ मेले में ६६ करोड़ से अधिक श्रद्धालुओं ने अपनी उपस्थिति दर्ज कराई। यह संख्या चीन और भारत को छोड़कर बाकी कई देशों की कुल जन संख्या से भी बहुत अधिक है। पीआईबी की रिपोर्ट के मुताबिक, मेले में २२००० से अधिक सफाई कर्मियों ने अपनी सेवाएँ दीं। करीब चार हजार हेक्टेयर में फैले मेला परिक्षेत्र को अस्थायी रूप से प्रदेश के ७६वें जिले के रूप में घोषित किया गया। २५ सेक्टरों में विभाजित इस मेले में कुल ४१ घाट बनाए गए थे जिनमें १० पक्के और बाकी अस्थायी थे। ५०००० से अधिक क्यूआर कोड बिजली के खंभों पर लगाए गए जिससे लोकेशन का पता लगाने में सुविधा हो। ७० से भी अधिक देशों के राजनयिकों सहित मेला क्षेत्र में आने वाले विदेशी पर्यटकों की संख्या १५ लाख से अधिक रही। यह आयोजन किसी भी मामले में पूरे विश्व में सर्वश्रेष्ठ ठहरता है। भारत की सांस्कृतिक पहचान और कूटनीतिक दृष्टि से यह एक सफल और अविस्मरणीय आयोजन रहा।

महाकुंभ में मीडिया की चुनौतियाँ

महाकुंभ मेले जैसे बृहद आयोजन मीडिया के लिए कठिन परीक्षा का समय होते हैं। सही, सटीक और संतुलित रिपोर्टिंग के लिए मीडिया को कई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। इन चुनौतियों से निपटने के लिए बेहतर संचार, तथ्यों की जाँच, तकनीकी नवाचार और प्रशासन के साथ समन्वय आवश्यक है। डिजिटल क्रांति के इस दौर में फेक न्यूज द्वारा भ्रामक जानकारी और अफ़वाहें फैलने से इतने बड़े आयोजन में संकट की स्थिति उत्पन्न हो जाती है। सनसनीखेज रिपोर्टिंग, वायरल वीडियो और तस्वीरें, लाइक्स और फॉलोवर्स तलाशते सोशल मीडिया इंफ्लुएंसर और कंटेन्ट क्रियेटर्स से निपटना भी प्रशासन के लिए एक चुनौती भरा काम है। इसके अतिरिक्त काम की अधिकता, ग्राउन्ड रिपोर्टिंग के लिए दिन–रात की मेहनत और संसाधनों की कमी जैसे कई अन्य मुद्दे भी होते हैं। यदि मीडिया इन सभी मुद्दों को सही ढंग से प्रबंधित कर लेता है तो आम जनता के बीच किसी तरह की आशंका या असुविधा नहीं रहती। इन चुनौतियों से निपटने के लिए मीडिया समूहों और प्रशासन ने मिलकर कई अत्याधुनिक तकनीकों का उपयोग किया जैसे आर्टिफिशियल इन्टेलिजेन्स संचालित निगरानी कैमरे, जीपीएस ट्रैकिंग, ड्रोन, मोबाइल ऐप्स और वर्चुअल रियलिटी उपकरण इत्यादि। इन उपायों से मीडिया कवरेज में सुधार हुआ। यही कारण रहा कि, अंतर्राष्ट्रीय मीडिया ने भी महाकुंभ की भव्यता को सराहा और इसे दुनिया के सबसे बड़े और महान धार्मिक आयोजनों में से एक करार दिया।

निष्कर्ष

मीडिया एक शक्तिशाली माध्यम है जो स्थानीय आयोजनों को भी अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर ले जाने की क्षमता रखता है। आज के इस डिजिटल युग में ग्लोबल और लोकल मिलकर 'ग्लोकल' हो गए हैं। महाकुंभ मेले से जुड़े आख्यानों को जनता तक पहुँचाने में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। मेले के सांस्कृतिक और धार्मिक पहलुओं से इतर इसके आर्थिक, सामाजिक और राजनीतिक परिप्रेक्ष्य को भी मीडिया ने चर्चा का विषय बनाया। यह महाकुंभ मेला भारत की सांस्कृतिक पहचान का एक महत्वपूर्ण प्रतीक है जिसे मीडिया विविधता में एकता और आध्यात्मिकता के प्रतिबिंब के रूप में प्रस्तुत करता है। यह आयोजन भारत की सांस्कृतिक कूटनीति का अभिन्न अंग है जो विभिन्न सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमियों से आने वाले लाखों करोड़ों श्रद्धालुओं को आकर्षित करता है। मीडिया इसे केवल एक धार्मिक आयोजन के रूप में ही नहीं बल्कि भारत की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत के जीवंत उदाहरण के रूप में भी प्रस्तुत करता है। महाकुंभ को एक प्रमुख तीर्थयात्रा के रूप में दर्शाकर यह लाखों लोगों की गहरी आस्था को उजागर करता है जो भारतीय संस्कृति का अभिन्न अंग है। इस चित्रण के माध्यम से भारत को वैश्विक मंच पर नैतिक और सांस्कृतिक मूल्यों के नेतृत्वकर्ता के रूप में स्थापित किया जाता है जिससे इसकी "सॉफ्ट पावर" को भी बढ़ावा मिलता है। महाकुंभ मेला विभिन्न संस्कृतियों के बीच संवाद और आपसी समझ को प्रोत्साहित करता है। मीडिया पड़ोसी देशों के श्रद्धालुओं की भागीदारी को उजागर कर क्षेत्रीय सहयोग को बढ़ावा देने के साथ–साथ अन्य देशों को भी शामिल करके इस आयोजन को सांस्कृतिक कूटनीति का एक प्रभावी माध्यम बनाने में सहायता करता है। इसके साथ ही, इस मेले के दौरान पर्यावरण संरक्षण और सतत विकास की दिशा में किए गए प्रयास भी मीडिया में प्रमुखता से दिखाए जाते हैं। ऐसा करने से भारत की पर्यावरणीय प्रतिबद्धता का संदेश उन वैश्विक दर्शकों तक भी पहुँचता है जो पारिस्थितिकी से जुड़े मुद्दों के प्रति संवेदनशील हैं। मीडिया महाकुंभ मेले से उत्पन्न पर्यटन और व्यापार के आर्थिक प्रभाव को भी प्रमुखता से प्रस्तुत करता है जिससे भारत की सांस्कृतिक जीवंतता और वैश्विक आकर्षण की क्षमता को बल मिलता है। इस आर्थिक गतिविधि के कारण भारत की छवि एक गतिशील और संपन्न राष्ट्र के रूप में उभरती है। २१वीं सदी का भारत 'विकसित भारत' की संकल्पना के साथ प्रगति के पथ पर निरंतर अग्रसर है और मीडिया की इसमें महत्वपूर्ण भूमिका है। इस तरह सभी बिंदुओं को ध्यान में रखते हुए समग्र रूप से यह कहा जा सकता है कि, मीडिया महाकुंभ मेले को आध्यात्मिकता, समावेशिता, पर्यावरणीय जागरूकता और आर्थिक प्रभाव के व्यापक संदर्भ में प्रस्तुत करता है। इस आयोजन का चित्रण न केवल भारत की सांस्कृतिक विरासत को सशक्त बनाता है बल्कि वैश्विक मंच पर इसकी पहचान और प्रभाव को भी बढ़ाता है। यह चित्रण विकसित भारत की संकल्पना के अनुरूप है।

संदर्भ ग्रंथः

1. Anderson, B. (2006). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Verso Books.
2. Singh, Rana. (2006). Pilgrimage in Hinduism: Historical context and modern perspectives. Tourism, Religion, and Spiritual Journeys. 220-236.
3. Singh, Rana & Haigh, Martin. (2015). Hindu Pilgrimages: The Contemporary Scene. The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics. 783-801. 10.1007/978-94-017-9376-6_39.
4. Nandy, A. (2002). The Romance of the State and the Fate of Dissent in the Tropics. Oxford University Press.
5. Raj, R., & Griffin, K. (2018). Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective. CABI Publishing.
6. Nangia, T. (2025, March 8). Kumbh Mela. Encyclopaedia Britannica. https://www.britannica.com/topic/Kumbh-Mela
7. Hobsbawm, E., & Ranger, T. (Eds.). (1983). The invention of tradition. Cambridge University Press.
8. Guha, R. (2007). India after Gandhi: The history of the world's largest democracy. HarperCollins.
9. Bourdieu, P. (1986). Distinction: A social critique of the judgement of taste. Routledge.
10. Guha, R. (2007). India after Gandhi: The history of the world's largest democracy. HarperCollins.
11. McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill.
12. The Wall Street Journal. (2025, February 28). This Indian festival hosts more pilgrims than the entire population of the U.S. The Wall Street Journal. https://www.wsj.com/world/india/this-indian-festival-hosts-more-pilgrims-than-the-entire-population-of-the-u-s-c146e709
13. CNN. (2025, February 25). Maha Kumbh Mela: 600 million devotees take holy dip in India. CNN. https://www.cnn.com/2025/02/25/india/maha-kumbh-mela-water-quality-intl-hnk-dst/index.html
14. The Express Tribune. (2025, February 22). Millions gather for world's largest religious festival in India. The Express Tribune. https://tribune.com.pk/story/2351234/millions-gather-for-worlds-largest-religious-festival-in-india
15. Khaleej Times. (2025, February 18). Millions take holy dip

at India's Maha Kumbh Mela. Khaleej Times. https://www.khaleejtimes.com/world/asia/millions-take-holy-dip-at-indias-maha-kumbh-mela